

1. Record Nr.	UNINA9910163985803321
Autore	Schmid Judith
Titolo	Entrepreneurial Marketing : Konzeption, Messung und Erfolgswirkung in wirtschaftlich krisenhaften Zeiten // von Judith Schmid
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	9783658151720
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (X, 142 S. 19 Abb., 4 Abb. in Farbe.)
Collana	Forschung und Praxis an der FHWien der WKW, , 2510-2281
Disciplina	658.8
Soggetti	Marketing Small business New business enterprises Small Business Start-Ups/Venture Capital
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Einleitung -- Entrepreneurial Marketing -- Herleitung der Hypothesen und Darstellung im Analysemodell -- Beschreibung der Studie -- Ergebnisse der empirischen Studie -- Schlussbetrachtung.
Sommario/riassunto	Das Fachbuch zeigt die Entwicklung eines quantitativen Messinstruments für Entrepreneurial Marketing (EM) auf und prüft zusätzlich die Erfolgswirkung von EM. Die im Jahr 2007/08 beginnende Wirtschaftskrise brachte große Herausforderungen für österreichische KMU im produzierenden Bereich mit sich und wird daher für die quantitative Überprüfung des neu entwickelten Messinstruments und der Erfolgswirkung von EM herangezogen. Als Ergebnis wurde EM konzeptionell gefasst, operationalisiert und durch die vier Faktoren „Marktorientiertes Auslösen von Verhaltensänderungen der Marktteilnehmer, Kundenorientierung, Nutzung von Beziehungen zur Ressourcenerstreckung und Akzeptanz des kalkulierbaren Risikos“ abgebildet. Als Ergebnis können das Messmodell und die positive Wirkung von EM auf den Unternehmenserfolg in wirtschaftlich krisenhaften Zeiten aufgezeigt werden. Der Inhalt Entrepreneurial Marketing – Theoretische Fundierung Herleitung der Hypothesen und

Darstellung im Analysemodell Beschreibung der Studie Entrepreneurial Marketing – Entwicklung des Messmodells Ergebnisse der empirischen Studie Schlussbetrachtung und Handlungsempfehlungen für KMU Die Autorin FH-Prof. Mag.(FH) Dr. Judith Schmid ist an der FHWien der WKW am Institut für Tourismus-Management als Studiengangsleiterin - Masterstudiengang Leadership im Tourismus - tätig. Sie studierte Unternehmensführung und Entrepreneurship an der FHWien der WKW und promovierte am Institut für KMU-Management an der WU Wirtschaftsuniversität Wien. .
